

Rede Amazônica de Rádio e Televisão: Um império na Amazônia

Por Eula Dantas Taveira¹

Com as transformações ocorridas na mídia nos anos 90, os grupos regionais de comunicação ganharam maior evidência, pois as pessoas passaram a valorizar muito mais o local, a comunidade. Neste trabalho, analisa-se o processo de regionalização do grupo de comunicação *Rede Amazônica de Rádio e Televisão* no período de 1968, ano de criação da primeira empresa do grupo, até 1998. A escolha da *Rede* deve-se ao fato de sua abrangência nos Estados do Amazonas, Rondônia, Acre, Roraima e Amapá com empresas de comunicação, entretenimento, distribuição de revistas, energia solar e química. O método utilizado neste trabalho foi o qualitativo através de pesquisa exploratória e estudo de caso.

1. A Amazônia

A Região Norte dificilmente é conhecida e estudada como tal. Fala-se e escreve-se mais sobre a Amazônia que engloba os estados: *Amazonas, Roraima, Rondônia, Acre, Pará e Amapá* e parcialmente Mato Grosso, *Tocantins*² e Maranhão. De acordo com Walmir Barbosa, a Amazônia, historicamente, é uma terra de conquista. “É preciso que se diga (...) que a Amazônia entra para o Brasil como região anexada, conquistada ao domínio português que subsiste à Independência. Isto pode tornar mais compreensível a visão colonialista dos núcleos hegemônicos de poder no Brasil” (1996, p.1).

A Amazônia sofreu com a invasão dos franceses e holandeses que tentaram, também, dela se apossar. Os espanhóis usaram vários artifícios para controlá-la. Foram: posse, colonização, guerra e ação diplomática. De acordo com Barbosa, foi também “conquistada” pelos colombianos por guerra, posse e ação diplomática, no caso do Acre, e pelos portugueses na Guerra da Independência e consolidada após a derrota dos cabanos.

Sob o domínio português, a Metrópole construiu uma sociedade regional e um distanciamento efetivo na Amazônia dos demais centros administrativos do território colonial brasileiro. De outro lado, essas ações do poder lusitano

¹ Eula Dantas Taveira é jornalista, educadora religiosa e Mestre em Comunicação Social, Estudos de Mídia, pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora do curso de Relações Públicas na UMESP e de Propaganda e Marketing e Publicidade e Propaganda na Universidade do Grande ABC (UniABC).

² Os estados em itálico pertencem à Região Norte.

acrescentaram algumas especificidades na constituição dos grupos sociais da sociedade amazônica que formaram traços importantes nas relações regionais (Silva, 1996, p.211).

Para o império, o lugar era “seguro da experimentação reformista e passava pela compreensão de que esta elite conformar-se-ia às readaptações da política colonial sem grande dificuldade, salvaguardados os seus interesses e privilégios mínimos” (Silva, 1996, p.211). Mas o tempo passou. Foram guerras e revoluções no passado. No século XX, a região foi marcada por tentativas da política nacional.

De 1920 a 1940, com o apogeu e queda da borracha, a elite regional, como foi abandonada pela nação, criou uma estrutura de subsistência, pois a borracha estava se tornando insignificante como contribuição na economia internacional. Fizeram, em Belém, uma indústria de calçados, de guarda-chuvas, protetores de borracha, sem capacidade de competição fora dos limites regionais pela limitação da escala. O governo não gostou e diluiu o investimento.

Somente no final da década de 60, o governo federal voltou seu olhar para a Amazônia criando superintendências, bancos e universidades, tentando, de acordo com Samuel Benchimol, corrigir e modificar os rumos políticos dos anos 50. Exemplo disso é a criação da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) e as Universidades do Pará, Maranhão, Amazonas, Rondônia, Acre, Amapá e Roraima.

O governo federal também se preocupou em interligar a Amazônia com o restante do país. Foram criados os eixos rodoviários Belém - Brasília (BR-010), a estrada Cuiabá-Santarém (BR-163) e a Cuiabá - Porto Velho - Rio Branco (BR-364), interligando a Região Amazônica, por via terrestre, ao litoral, ao planalto central e ao Centro-Oeste. Foram construídas, também, a BR-319, ligando Porto Velho a Manaus, e a BR-174 unindo Manaus a Caracará e Boa Vista, alcançando as fronteiras da Venezuela e da Guiana.

Mas, a criação de rodovias, bancos, superintendências e instituições acadêmicas tinha como meta, também, fazer com que a Amazônia fosse vista como um grande pólo de investimentos empresarias. Não foi à toa que durante o regime militar, muitos empresários foram convidados a conhecer a região e a investir no local, pois se assim o fizessem teriam inúmeras facilidades fiscais.

Enquanto isso, no restante do país estavam sendo instaladas estações repetidoras e canais de microondas, surgindo as redes de televisão com a programação centralizada no Rio e em São Paulo. A *Tupi* e a *Globo* passaram a exibir programações nacionais. No Panorama Evolutivo de Mídia (1970 – 1979, p.12), afirma-se que “o impulso final viria com a implantação do Sistema Nacional de Telecomunicações que previa a instalação de pelo menos um canal em toda capital ou grande cidade, visando a integração de todo País”. Assim, chegaram à conclusão que a melhor maneira de integrar o país seria com a telecomunicação.

A televisão talvez fosse o melhor meio de comunicação para representar esta espécie de integração. Porque refletia a acumulação e concentração de capital, era formada por um oligopólio da indústria da informação, estava situada num país dependente e tendia a reproduzir internamente as disparidades a nível internacional. De um lado, a importação dos padrões norte-americanos de programação reforçava as tendências e legitimava a própria dependência; do outro, a televisão servia aos interesses dos grupos dominantes e, sob rígida censura, legitimava a política econômico-financeira do Governo e reforçava os valores da coalização dominante do poder pós-64 (Caparelli, 1982, p.34).

No início dos anos 70, o governo militar começou, então, a colocar em prática seu plano de ação: integrar o país. Época em que a *Rede Globo* se expandiu no território nacional e os presidentes Médici e Geisel traçaram suas políticas integracionistas e voltaram o olhar para o Norte. Apesar de Kehl (1980) afirmar que essa integração foi a imposição do certo e errado sob a ótica do governo e o rompimento das tradições regionalistas, este período foi o marco do desenvolvimento da Amazônia, principalmente do Amazonas.

Regista Festa (1986, p.5) afirma que um dos objetivos de Médici era povoar a Amazônia. Tanto que seu slogan era “homem sem terra para terra sem homem”. Assim, ofereceu transporte aéreo e terrestre a centenas de brasileiros, principalmente do Rio Grande do Sul, “para povoar e cultivar as colônias agrícolas à beira das grandes estradas”. Porém, o desenvolvimento da região com rodovias ligando o país ficou no esquecimento e muitas daquelas pessoas foram abandonadas.

O I Plano Nacional de Desenvolvimento tinha como meta a integração da Amazônia com o Nordeste, através da Transamazônica (BR-230) e do programa de colonização e assentamento do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) para Rondônia, além do Fundo de Investimentos da Amazônia (FINAM) promovendo incentivos fiscais. Lançaram, também, o Programa de Integração Nacional (PIN), o Programa de Redistribuição de Terras (PROTERRA) e o projeto RADAM (Radar da Amazônia) para mapear os recursos naturais e minerais da região, através do satélite LANDSAT.

Na década de 70, também são feitos investimentos nas telecomunicações através da Telebrás e instituídos pólos de desenvolvimento regionais na Amazônica como Carajás, Araguaia-Tocantins, Rondônia, Acre, Roraima, Amapá, Marajó etc. E com a criação da Zona Franca de Manaus, em 1967, o novo pólo industrial atraiu, com os incentivos fiscais, “cerca de quinhentas empresas de grande e médio porte, que faturaram no ano de 1996 US\$ 13,2 Bilhões” (Benchimol, 1999, p.432 a 436).

Roberto Amaral e César Guimarães (1994) observaram que na década de 70 a política de telecomunicação tinha como um de seus objetivos oferecer ao país uma programação única televisiva, daí a facilidade para a expansão de muitas redes de televisão. Hoje, os estudiosos

alertam que a proposta é inaceitável, pois com as mudanças ocorridas na mídia, a programação local deve incorporar a regional.

Essa integração influenciou os primeiros passos do desenvolvimento dos Estados da Região Norte, principalmente o Pará e o Amazonas. Porém, o desenvolvimento não pôde ser completo porque, apesar de terem sido feitos inúmeros projetos, nem todos deram certo, e, com a queda do regime militar, os demais governantes do país esqueceram do lugar. Hoje, a Amazônia só é lembrada quando sofre ataque ou ameaça de algum país estrangeiro que tem muito mais interesse em suas riquezas que os brasileiros.

Outro detalhe que não deve ser esquecido ao se falar da Região Norte, é que os rios são as estradas líquidas da Amazônia, pois enquanto no restante do país as pessoas chegam aos lugares via terrestre, na Região Amazônica a realidade é diferente: o único caminho é o rio, navegável o ano todo, como o Amazonas que se estende de Iquitos, no Peru, até a foz, no Oceano Atlântico. Sua extensão total é de 6.280 Km, dos quais 4.800 Km pertencem ao Brasil, sendo o segundo do mundo.

Foi em meio a esta realidade que surgiram inúmeros tipos de embarcações. “A capacidade de transporte de produtos por via fluvial sempre fez do barco um importante meio de transporte” (Nogueira, 1998, p.5). O regatão era um barco comercial que negociava a crédito mercadorias com as populações ribeirinhas. Além dele, apareceu também o pequeno regatão que era a canoa a remo que vendia inúmeros produtos em locais onde outras embarcações não conseguiam chegar. O comércio fluvial sofreu inúmeras perseguições, pois concorria diretamente com os comerciantes locais, mas ainda hoje é possível encontrá-lo em alguns lugares da região.

Outra embarcação que se tornou vital na vida do povo amazônico foi o barco motorizado. Graças a ele, as pessoas puderam visitar seus parentes de outros municípios em “pouco tempo”. Hoje, em qualquer cidade da região encontram-se esses “motores de linha”. Além deles, existem os de turismo que levam os visitantes para conhecerem a Região. Porém, a embarcação mais comum é a canoa, bastante utilizada pelo ribeirinho. Em qualquer povoado é possível observar as pessoas levando seus filhos à escola mais próxima, indo pescar e até mesmo visitar um vizinho.

A Amazônia, para Bertha K. Becker, “é uma área crítica no contexto geopolítico e também uma área crítica na estrutura transicional do estado brasileiro. Tem um peso enorme, tanto do ponto de vista da soberania externa, por causa da pressão ecológica, quanto no sentido de como vão evoluir os movimentos sociais dentro do Brasil” (1994, p.107). Mas é uma região com estilo próprio. Cercada por diversos rios, nas várzeas tem um povo que preserva seus costumes e nas grandes cidades uma gente que é também hospitaleira e lutadora. Uns, às margens do rio ensinam o modo simples e regional de viver e ser. Outros, nas cidades, aprendem a viver e a respeitar o espaço do outro e da Natureza.

2. Uma Rede para a Amazônia

A *Rede Amazônica de Rádio e Televisão* é um conglomerado que há 27 anos está reinando na mídia do Amazonas, Rondônia, Acre, Roraima e Amapá. Tudo começou com a união dos jornalistas amazonenses Phelippe Daou e Milton Magalhães Cordeiro com o empresário carioca de propaganda, Joaquim Margarido, que residia em São Paulo. Iniciaram a sociedade no dia 30 de setembro de 1968 com a criação da agência de propaganda *Amazonas Publicidade Ltda.*

Daou, Cordeiro e Margarido ficaram entusiasmados com o Decreto-Lei 288/67 que redimensionava a Zona Franca de Manaus e alugaram duas salas em um prédio na Rua Eduardo Ribeiro com objetivo de inovar o formato e textos dos anúncios. De acordo com Joaquim Margarido (1999), um dos diretores da Rede e gerente da *Amazonas Publicidade Distribuidora Ltda* e *Alva da Amazônia Indústria Química Ltda*, o grupo foi responsável pela primeira agência de publicidade em Manaus.

Mas, o grande marco da vida dos sócios ocorreu em 1968. Nessa época, Manaus tinha apenas um canal de televisão, a *TV Ajuricaba*, e neste ano, o Ministério das Comunicações abriu concorrência para a exploração comercial de mais uma emissora televisiva. Como os três amigos desejavam investir na mídia regional, convidaram um outro membro da família Daou, Robert Phelippe, para fazer parte do grupo que concorreria à concessão da emissora. Robert aceitou. Mas o grande impulsionador do investimento foi Phelippe Daou, de acordo com Joaquim Margarido (1999) e Milton Cordeiro (1999).

Cordeiro (1995) lembra que quando saiu o edital de concorrência do canal de televisão, fundaram uma empresa, registraram-na, mostraram o capital e concorreram. Isso foi em julho de 1969. Aluísio Daou, hoje diretor administrativo da Rede Amazônica, ficou no Rio de Janeiro representando o grupo na antiga Embratel, esperando a homologação do sinal. Aluísio (1999) afirma que foi muito difícil conseguir, pois os fundadores não tinham ligação a nenhum político. Além disso, naquela época, não era tão fácil concorrer e ganhar um canal, sem falar na homologação. “É, eles acreditaram que na Amazônia tinha alguns loucos, corajosos e visionários que topariam instalações no Amazonas (...)”.

Quando receberam o comunicado que haviam ganho, isso em 1970, foram a São Paulo e pediram a uma empresa para fazer o projeto técnico de televisão, colocando os equipamentos que seriam usados. Nesse ano, Phelippe e Robert Daou, Cordeiro e Margarido são procurados pelo jornalista da Editora Abril, Paulo Viana, para distribuírem revistas na cidade. Aceitam e decidem fundar a *Amazonas Distribuidora*.

Depois de quase oito meses, com o projeto técnico em mãos, apresentam-o ao Ministério. Os equipamentos foram encomendados à RCA Corporation, de New Jersey (Estados Unidos). O local onde seria construída a sede também foi escolhido porque o Ministério concedeu o prazo de

dois anos para que a nova emissora estivesse no ar. O grupo contratou o arquiteto Severiano Porto para fazer o projeto arquitetônico do prédio da Avenida Carvalho Leal que era um depósito de materiais do pai de Robert.

Nessa época, as exibições televisivas eram feitas em preto e branco. Mas, como estavam sendo fabricados aparelhos para transmissão em cores, o grupo decidiu que a emissora acompanharia o desenvolvimento tecnológico. “Se nós começássemos em preto e branco já começaríamos atrasados. Então, houve um consenso para entrar na era da cor”, lembra Margarido.

De acordo com Nivelle Daou (1999), diretor técnico da Rede, a RCA Corporation era a maior empresa de *broadcasting* da época e seus equipamentos proporcionaram que a *TV Amazonas* fosse a primeira emissora do Norte e Nordeste com sistema a cores, PAL-M. Cordeiro (1999) enfatiza que no final da década de 60, iniciando a de 70, muitas emissoras faziam adaptações de seus aparelhos para transmitirem em cores, mas somente a *TV Amazonas* era totalmente programada. Afirma também que ela foi a primeira “de toda a nossa região. Posso dizer que até do Nordeste. Na época, no sul, só a Tupi e a Globo. O resto não, foi se adaptando.”

No dia 1º de setembro de 1972 entrou oficialmente em operações em Manaus a *TV Amazonas*, canal 5, depois de quase um mês de testes experimentais. Foi inaugurada durante as festividades do Sesquicentenário da Independência do Brasil, no Amazonas. O prédio da emissora localizava-se no bairro da Cachoeirinha³, enquanto o transmissor e a torre ficavam no terreno do Aleixo⁴. Conforme Milton Cordeiro, foi a primeira a exibir programação a cores.

Quando foi inaugurada a emissora, de acordo com o jornal *A Crítica* (01/09/72, p.5), às 16h30 seria exibido o programa infanto-juvenil Hanna Berbera. Mas, conforme o site da Rede, a inauguração foi às 19h. A programação selecionada para ser exibida era constituída por filmes como A “Família Dó-Ré-Mi” e “Nanny”; futebol paulista todas as segundas-feiras, gravação do jogo do domingo; programas e shows como “Os Insociáveis”, com Renato Aragão, “Black and White”, com o primeiro apresentador negro da televisão brasileira, Zózimo Bubul, e o de Hebe Camargo. Além da série Oscar, em preto e branco, com os filmes premiados nos Estados Unidos e telenovelas como “O Tempo não Apaga”, com Hélio Souto e Natália Timberg. Assim, fazia parte da programação produções das TVs *Cultura*, de São Paulo e do Rio de Janeiro. Os filmes e desenhos adquiridos eram da Columbia, 20 th Century Fox, dentre outras.

No mesmo dia da inauguração da emissora, *A Crítica* (01/09/72, p.9) publicou:

O aparecimento da TV Amazonas é um marco de robustez em plena Amazônia, revelando, em primeiro lugar, a dimensão da capacidade do nosso empresário e, seguidamente, a

³ É onde está localizada a *Fundação Rede Amazônica*.

⁴ Hoje localiza-se a sede da *TV Amazonas*.

confiança que as estruturas locais estão oferecendo, de modo iniludível, a toda sorte de empreendimentos. Em menos de três anos, é a quarta estação de televisão que surge em nosso Estado. O detalhe é auto-suficiente: nenhuma outra unidade da Federação demonstra tamanha desenvoltura nesse importantíssimo setor de comunicação de massas. Transmitindo imagens a cores, representa o sonho colorido até pouco tido como impossível num Estado como este, no qual as dificuldades sempre se avantajam em níveis muita vez desesperadores.

No dia seguinte, *A Crítica* (02/09/72, p.2) publicou na editoria Minuto Final a cobertura feita ao evento. Registrou que Phelippe Daou havia afirmado que a *TV Amazonas* era a primeira parte de um ideal, lembrando que o Amazonas era o quinto Estado a possuir uma estação a cores, “ressaltando ser ela a primeira do Brasil fabricada com essa finalidade”. Dentre as autoridades presentes estavam o Secretário de Educação e Cultura, José Cabral Marques, representando o governador João Walter, e o diretor da Embratel, Anatólio Calazans, representando o Ministro das Comunicações.

Phelippe Daou (1998) lembra que a *TV Amazonas* apareceu independente. Não tinha ligação com as redes nacionais, então existentes, a *Tupi* e a *Globo*. “Nós começamos montando um programa com tudo que sobrava na praça entre filmes, programas da *TV Bandeirantes* que também fazia pouco tempo que havia surgido no mercado e as emissoras educativas”. Além disso, faziam programas locais com quase 12 horas de duração. Daou relembra, com saudades, do palco que era armado perto da emissora onde participaram das programações populares todas as classes sociais. “Nós ouvíamos todos os dias que era realmente uma das emissoras mais populares”.

Só que o grupo não parou com a *TV Amazonas*, ao contrário passou a enfrentar novos desafios para ocupar o “espaço vazio” da região Norte. Seu grande lema, de acordo com o diretor presidente, Phelippe Daou (1998), era o mesmo adotado na administração do Presidente Médici: “A Amazônia é um desafio que unidos venceremos”.

Além da *TV Amazonas*, concorreram a outros canais e de setembro de 1974 a janeiro de 1975 implantaram as TVs *Rondônia*, *Acre*, *Roraima* e *Amapá*. De acordo com um dos diretores da *Rede*, Joaquim Margarido (1998), houve a possibilidade de se concorrer a um canal no Pará, mas preferiram “o Amapá que é mais amazônico que o Pará”. Apesar desta afirmativa, estudiosos falam o contrário: o Amapá não é tão amazônico assim por estar bem afastado. O certo é que no Pará já existe outro grupo regional de comunicação: a *Organização Rômulo Maiorana*, com suas emissoras afiliadas à *Globo*. Isso é motivo suficiente para se evitar confusão na divisão do mercado.

A *Rede* instalou também dezenas de retransmissoras no interior dos Estados. E em 1983 afiliou as quatro novas geradoras à *Rede Globo*. No Amazonas, entretanto, continuava afiliada à

Bandeirantes. Mas em 1986 a Rede é integrada ao Sistema Globo de Televisão, passando a utilizar no BrasilSat um transponder denominado *AmazonSat*. Assim, passou a transmitir programações via satélite por meio de seu transponder. O grupo conseguiu o acesso ao satélite, conforme Milton Cordeiro, através de uma solicitação ao Ministro das Comunicações, o senador Antônio Carlos Magalhães.

Em 1990, a *Rede Amazônica* adquiriu em Brasília, no Edifício Palácio do Rádio II, três salas, montando uma Sucursal com uma equipe de profissionais para cobrir o Congresso Nacional, Palácio do Planalto e os Ministérios da República, assim como acompanhar o trabalho dos parlamentares. Além disso, fundou outras empresas passando a ser um conglomerado regional.

Hoje a *Rede Amazônica* tem cinco geradoras de televisão em Manaus (AM), Porto Velho (RO), Rio Branco (AC), Boa Vista (RR) e Macapá (AP), 10 minigeradoras e 115 retransmissoras. De acordo com os dados do Atlas Rede Globo publicado no Anuário de Mídia 98/99 – Norte/Nordeste/Centro-Oeste, a *Rede* atua numa área de 2.338.052 Km², o equivalente a 27,35% do território nacional. Além das emissoras de televisão, tem quatro rádios: Amazonas-FM (Manaus), Acre-FM (Rio Branco), Amapá-FM (Macapá) e Princesa do Solimões-AM (Manacapuru).

Os prédios que abrigam as geradoras⁵, retransmissoras⁶ e minigeradoras⁷ de televisão e emissoras de rádio são da Rede. Todos os setores de produção estão informatizados, tendo livre acesso à Internet. De acordo com Milton Cordeiro (1999), a *Rede Amazônica de Rádio e Televisão* é o nome fantasia da *Rádio TV do Amazonas Ltda* formada por emissoras de televisão e rádio. As demais empresas do grupo são coligadas à Rede.

A sede da *Rede*, inaugurada no dia 1º de setembro de 1995, está localizada na Avenida André Araújo, nº 1555 no bairro do Aleixo em Manaus (AM). Sua diretoria é formada pelos acionistas: Diretor Presidente: Phelippe Daou; Diretor Superintendente: Milton Cordeiro; Diretor Administrativo: Aluísio José Daou; Diretor Técnico: Nivelle Daou Jr.; e Diretor: Joaquim Margarido.

Visando atender as retransmissoras onde a rede convencional é precária, não atingindo a vila ou povoado do interior, a *Rede Amazônica* criou a *Amazonas Energia Solar Ltda* para montar sistemas movidos à energia solar. Na área de entretenimento, foi criado o *Stúdio 5*, local com área coberta para seis mil pessoas e na área externa para 20 mil pessoas (considerado o maior empreendimento do Norte e Nordeste). E, aproveitando o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação, o grupo criou a *SCAM* (Serviços de Comunicação da Amazônia Ltda) em outubro

⁵ Geradoras são as responsáveis pela geração da programação às demais emissoras repetidoras.

⁶ Retransmissoras são as que repetem a programação recebida da geradora. Podem ser chamadas também de repetidoras.

⁷ Minigeradoras são pequenas geradoras que podem incluir na programação informações e comerciais, conforme combinado com a direção da Rede.

de 1995, com sistema BBS e de acesso à Internet, com serviço de rádio-chamada: Amigo, e serviço de rádio (Radiofone) em: Manaus (AM), Rio Branco (AC), Porto Velho (RO), Macapá (AP) e Boa Vista (RR).

A *Rede Amazônica* tem também as seguintes empresas coligadas: *Amazonas Publicidade Distribuidora Ltda*, distribuindo as publicações das Editoras Abril e Azul em Manaus e Porto Velho; *Alva da Amazônia Indústria Química Ltda – Modalva*, em Manaus, que fabrica desinfetantes, detergentes e água sanitária. E, com objetivo de oferecer cursos de qualificação profissional aos funcionários e ao público em geral, foi criada a *Fundação Rede Amazônica* que também promove seminários e encontros de Comunicação.

Apesar de o grupo ter surgido durante o governo militar, o diretor superintendente da Rede, Milton Cordeiro (jun. 1999) afirma que:

Tudo que nós fizemos foi com iniciativa particular dentro dos projetos apresentados ao Ministério das Comunicações. Nunca tivemos um empurrão de governo militar, absolutamente, e nem de qualquer outro governo hoje.

Nós não somos vinculados a nenhum grupo político. Não temos nenhum deputado, nenhum senador. Agora, tratamos a autoridade com todo respeito e queremos também que ela nos trate assim.

(...) Não devemos favor a ninguém, graças a Deus. Não dependemos de senador, de deputado e nem de governador. Nós queremos conviver com ele muito bem, mas na hora de criticá-lo, nós fazemos a crítica. O nosso interesse é com a região, com o desenvolvimento da Amazônia, e não com nenhum grupo político ou econômico.

Inclusive, Cordeiro (jun.1999) ressalta que quando aparecem matérias em que os políticos são citados, os profissionais das emissoras de rádio e televisão do grupo têm como meta ouvir os dois lados. “Se você está investigando alguma autoridade (...), se houve uma denúncia de corrupção... ouça a autoridade e também de onde flui a informação”. Mas, é fato que, mesmo que o grupo não tivesse o apoio direto dos militares, os cargos exercidos e as metas adotadas por seus fundadores estavam ligadas ao regime militar, “facilitando” o seu surgimento e desenvolvimento.

Ter o grande conglomerado que têm hoje na Região Norte, de acordo com Joaquim Margarido (1999), não era algo programado.

Ninguém nunca pensou num grupo, mas em uma televisão. Não foi investimento programado. A Rede aconteceu pelo dinamismo do Phelippe, pelo entusiasmo e o desejo que ele tem da Amazônia ser bem atendida. Ele sempre foi o maior mentor disto tudo e o maior entusiasta pelos investimentos na Amazônia. Então o que aconteceu? Colocamos o negócio. Como nenhum de nós estourava dinheiro – vamos usar o termo correto – do ganho, sempre houve uma reinversão do lucro, e com isso a pessoa sempre ficava nessa caminhada.

(...) A coisa foi feita por etapas. Montada em 26 anos. Não é um projeto. Hoje, acho que poucos no Brasil teriam condições de montar uma rede como essa.

Aluísio Daou (1999), diretor administrativo, ao avaliar a *Rede* dá 110 como nota, pois afirma que quem trabalha com televisão vive no local de sua atividade e em prol dela. Explica também que foi difícil para o grupo chegar onde está. “Você montar uma estação, qualquer que seja, no Rio de Janeiro, em São Paulo é uma beleza! Você tem tudo. (...) Aqui não. Nós colocamos a mão na massa: liga, aperta, faz alicerce, projeta”.

Para Milton Cordeiro (abr. 1999), apesar de todos os problemas enfrentados, o grande impulso do grupo sempre foi levar a informação a todos os amazônidas, independente de qualquer dificuldade de acesso.

É aquele espírito amazônico que a gente tem de integrar toda a nossa região. Nós temos municípios que realmente não têm condições de pagar absolutamente nada. Nós temos lá a nossa antena parabólica sintonizada. Então, a nossa programação é toda assistida pela comunidade. É aquele espírito de bandeirante. É como Rondon. Ele não chegou e foi fazendo? Então, é esse o nosso espírito. Nós somos da região e achamos que nossos irmãos nos interiores longínquos merecem isso. Nós somos uma Rede, você vê: é Manaus (AM), Boa Vista (RR), Porto Velho (RO), Macapá (AP) e Rio Branco (AC).

Além do espírito solidário com seu povo, a escolha dos Estados da região Norte também resultou da facilidade de expansão do grupo.

É uma coisa nossa (...): já é difícil a gente administrar, por exemplo, a nossa emissora no Amapá que já é um outro braço da Amazônia (...). O ocidental é Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima. O Amapá já é uma apêndice que está lá perto do Pará, então, se nós temos muita coisa ainda para fazer na nossa Amazônia Ocidental, não há porque procurar mais adiante. O nosso grande trabalho agora é conseguir através de concorrência do Ministério de Comunicação uma rádio para Boa Vista e outra para Porto Velho (...) aí formamos o nosso círculo de emissoras de rádio (Milton Cordeiro, abr.1999).

Assim, de acordo com o diretor presidente do grupo, Phelippe Daou, a real intenção do grupo é ficar na Amazônia.

O que nós desejamos é ficar realmente na Amazônia. Se amanhã, eventualmente, nós pudermos chegar a outro Estado, desde que haja um consentimento legal, porque atualmente cada empresa só pode ter cinco geradoras, se houver essa possibilidade e espaço dentro de uma outra unidade amazônica onde nós ainda não estamos presentes, então nós gostaríamos de chegar. Fora disso, não. Nós já nos ostentamos com esse mundo amazônico que temos aqui.

Com os pés presos nas raízes, o grupo pretende continuar se expandindo na região, pois, de acordo com Phelippe Daou (1998), o grande capital do grupo é a credibilidade conquistada, por isso é que nenhum sócio se arrepende do investimento feito no Norte. “Nós fizemos com o maior prazer toda trilha que nós trilhamos até agora (...) Asseguro que não há ninguém descontente por ter feito o que fez”. E, que a meta da *Rede* é continuar seguindo em frente sem esmorecer.

Em relação à Amazônia, conclui:

nós temos realmente o grande compromisso com a Amazônia porque todo bem que nós pudermos fazer à Amazônia estamos fazendo o mesmo para o Brasil.

A Amazônia precisa de todos. Mas, a Amazônia quer se desenvolver com toda dignidade. Ela não quer ser vassala de ninguém. Ela quer se desenvolver com dignidade e seriedade como trata também com dignidade e seriedade as demais regiões do país!

3. Considerações Finais

A *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*, ao iniciar suas atividades em 1968 com a primeira empresa de publicidade do Amazonas e investir na década de 70 em cinco geradoras de televisão e na década de 80 em quatro emissoras de rádio, um canal de satélite, além de outras atividades empresárias, tomou como lema integrar a Amazônia através da comunicação, levando informação e preservando a cultura amazônica.

Além das empresas de comunicação, o conglomerado é formado por empresas de entretenimento, distribuição de livros e revistas, energia solar e química. Atinge, com suas atividades, o Amazonas, Rondônia, Acre, Roraima e Amapá, ligando as capitais e grande parte dos municípios dos interiores dos Estados. Porém, essa atuação pode não ser muito proveitosa sob o ângulo capitalista, pois a região, apesar de ocupar grande parte do território brasileiro, tem a segunda menor população do país e o menor Índice Potencial de Consumo.

Mas, mesmo com os obstáculos apresentados na região, o grupo tomou como desafio levar a comunicação a todo o norte do país. No início, com os investimentos feitos pelos governos militares que estavam preocupados em integrar a Amazônia ao restante do Brasil, abriu uma empresa de publicidade, exatamente um ano após a instalação da Zona Franca de Manaus, e teve bons resultados. Entretanto, com a abertura da concorrência da concessão de um canal de televisão para o Amazonas resolveu entrar nessa briga.

Os fundadores da Rede Amazônica ganharam o canal de televisão e, por serem homens que acompanharam e influenciaram a história do lugar, como jornalistas e até mesmo funcionários de órgãos vitais do governo, não pararam mais. Os investimentos do grupo foram destinados apenas à integração da região (lema dos militares) com a comunicação. Apesar de dizer que nunca teve um

empurrão do governo militar, é fato que os objetivos eram os mesmos. Mas, o certo é que o grupo, tendo ou não apoio político, tem visão profissional.

Uma das características da *Rede Amazônica*, deixando de lado a visão capitalista, é o compromisso que tem com a Região Norte. Pois, além de a região estar afastada do restante do país, não é ligada por terra como as outras regiões. É recortada por rios, não permitindo que suas cidades sejam interligadas, como as demais do país, via microondas, como foi feito nos anos 60 e 70. Levar a informação a esses lugares, naquela época, exigia muito mais investimentos e força de vontade, pois sem o satélite, o trabalho era totalmente artesanal. E o grupo aceitou o desafio.

Hoje, dos 167 municípios da Região Norte, a *Rede Amazônica* (atua no Amazonas, Rondônia, Acre, Amapá e Roraima) atinge mais de 100, o equivalente a 60%. Esse número pode ser considerado uma grande vitória, pois a Região Norte tem características completamente diferentes do restante do país. A maior parte do seu povo vive em lugares cercados por matas e rios, onde a natureza prevalece sobre as novas tecnologias.

Comparando a *Rede Amazônica de Rádio e Televisão* com os demais do Brasil, percebe-se que, ao contrário de outros grupos familiares de mídia, a *Rede* não se trata de um grupo típico, pois em sua origem, em 1968 com a agência de publicidade, os três sócios Phelippe Daou, Milton Cordeiro e Joaquim Margarido não tinham laços de parentesco. Eram apenas três amigos unidos pela imprensa.

Hoje, o conglomerado tem outras empresas cujos sócios possuem participações acionárias diferenciadas. E apesar de a *Rede* ser ainda dirigida pelos sócios fundadores, percebeu-se que tem uma visão puramente empresarial. Os profissionais que trabalham em todas as empresas do grupo passam por constantes aperfeiçoamentos promovidos, principalmente, pela *Fundação Rede Amazônica*. Os repórteres, técnicos e demais empregados das emissoras de televisão, fazem cursos, todos os anos, na *Rede Globo* em São Paulo, Rio de Janeiro e Recife. Além da qualificação do pessoal, existe um departamento técnico que cuida da renovação dos equipamentos que são trocados de dois em dois anos, de acordo com os últimos lançamentos do mercado internacional.

As estratégias de crescimento da *Rede*, detectadas nesta pesquisa, estão voltadas para a Região Norte, devido à sua forte vinculação e compromisso com a Amazônia. A preocupação do grupo não é somente ganhar dinheiro, mas unir, através da comunicação, todos os municípios que formam os Estados onde atua e dessa forma defender uma identidade cultural para a Amazônia. Mas, é claro que, não deve ser ignorado que a Amazônia é considerada um produto muito importante para os países estrangeiros, principalmente, por suas inúmeras riquezas naturais e culturais. E ter esse produto em mãos é uma grande vantagem para a *Rede*.

Percebeu-se, também, que nos últimos anos, a *Rede Amazônica* iniciou um processo de internacionalização através da divulgação da Amazônia para o Brasil e América Latina com o canal

aberto de satélite *AmazonSat*, que está operando também em UHF nos Estados do Amazonas, Rondônia, Acre, Roraima e Amapá. Além disso, a *Rede* estabeleceu parceria com uma TV americana e uma alemã para fornecer informações sobre a Amazônia para os Estados Unidos e Alemanha através da TV a cabo *CNN* (Cable News Network) e a TV aberta *Deutsche Welle*. E isso não é à toa. Divulgar a Amazônia para o mundo, além de demonstrar o compromisso com o lugar, abre grandes oportunidades de negócio para o grupo e para a população.

Nesta pesquisa, detectou-se que a estratégia da direção da *Rede* foi fazer da Amazônia sua base central, evitando sua expansão a outros lugares. Esse processo conhecido como regionalização fez com que o grupo delimitasse seu território e aí investisse. A Amazônia, cobiçada por estrangeiros e esquecida pelo governo brasileiro, passou a ser palco da expansão midiática com o grupo. A intenção sempre foi conquistar a região, não levando em consideração a baixa densidade demográfica, baixos índices de urbanização, e o baixo potencial de consumo.

E assim como a *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*, outros grupos começam a aparecer e a se fortalecer mais e mais nos locais onde atuam. Isso está possibilitando um aumento no tempo da programação local e regional que é determinado pelos grupos nacionais. Hoje, não só a *Rede Globo* está revendo sua programação, como também as outras Redes que estão acompanhando o processo de regionalização, pois as mudanças na mídia exigem muito mais atenção.

Referências Bibliográficas

ADAS, Melhem. *Geografia: O Brasil e suas regiões geoeconômicas*. Vol.2. Primeiro Grau. São Paulo: Moderna, 1996.

ADOLFO, Mário. Phelippe Daou – o imperador da floresta. *Amazonas em Tempo*. Manaus, 31 ago.1997. P. A/3 – A/4.

ATLAS de Cobertura 1999. Central Globo de Marketing (<http://sucom.redeglobo.com.br>).

BARBOSA, Walmir de Albuquerque. *A comunicação na Amazônia*. Manaus: 1996 (mimeo).

_____. *O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia* São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1980.

BECKER, Bertha K., Estado, Nação e Região no final do século XX. IN: D’INCAO, Maria Angela, SILVEIRA, Isolda Maciel da. *A Amazônia e a crise de modernização*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1994. P.103-109.

BENCHIMOL, Samuel. *Amazônia - Formação Social e Cultural*. Manaus: Editora Valer/ Editora da Universidade do Amazonas, 1999.

CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARVALHO, Elisabeth, O modelo econômico: uma só nação, um só mercado consumidor. In: CARVALHO, Elisabeth e outros. *Televisão: anos 70*. Rio de Janeiro: Europa Gráfica e Editora, 1980.

A década do jornal da tranquilidade. In: CARVALHO, Elisabeth e outros. *Televisão: anos 70*. Rio de Janeiro: Europa Gráfica e Editora, 1980.

CLEARY, David, Problemas na interpretação da história da Amazônia. In: D'INCAO, Maria Angela, SILVEIRA, Isolda Maciel da. *A Amazônia e a crise de modernização*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1994. P.159-165.

AS CORES da TV Amazonas no Desenvolvimento de Manaus. *A Crítica*. Manaus, 2 set. 1972, Minuto Final, p.2.

CORRÊA, Roberto Lobato. *Região e Organização Espacial*. Série Princípios. São Paulo: Ática, 1990.

FESTA, Regina, SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Adauto (org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

FESTA, Regina. Comunicação na Selva Amazônica. *Intercom*. São Paulo: Intercom, nº54, ano IX, jan-jun, p.5 – 15, 1986.

FLORISBAL, Octávio. Novos rumos para a televisão no Brasil. *Mercado Global*. Especial nº98, p. 13- 17, s.d.

FUNDAÇÃO Rede Amazônica. Projeto: II Seminário de Propaganda e Marketing da Amazônia. Manaus, 1998 (mimeo)

<http://sucom.redeglobo.com.br>

<http://www.redeamazonica.com.br>

INAUGURAÇÃO: veja as cores da vida na sua TV Amazonas. *A Crítica*. Manaus, 1 set. 1972, Cidade, p.5.

KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth e outros. *Televisão: anos 70*. Rio de Janeiro: Europa Gráfica e Editora, 1980.

MATTOS, Sérgio. *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história – 1950 a 1990*. Salvador: A Tarde, 1990.

MEDINA, Carlos A, OLIVEIRA, Isabel M., GAMA, Carolina T. *Regionalização cultural do Brasil*. Rio de Janeiro: Conselho Federal de Cultura/ Centro Latino Americano de Pesquisas em Ciências Sociais, 1971.

MERCADOS regionais ganham impulso, *Meio e Mensagem* nº804, 20 de abril de 1998.

NA era da regionalização, *Meio e Mensagem* nº830, 13 de outubro de 1998.

OLIVEIRA, Francisco de. A Reconquista da Amazônica. In: D'INCAO, M^a Angela, SILVEIRA, Isolda Maciel da. *A Amazônia e a crise de modernização*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1994.

PANORAMA EVOLUTIVO DE MÍDIA. Publitec: 1970 – 1979.

- PINTO, Lúcio Flávio, A Amazônia entre estruturas desfavoráveis. In: D'INCAO, M^a Angela, SILVEIRA, Isolda Maciel da. *A Amazônia e a crise de modernização*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1994. P.11-117.
- REDE AMAZÔNICA, 25 anos integrando a Amazônia. *Revista Circuito Integrado*. Manaus, ano III, nº15, p.17, 1997.
- REDE AMAZÔNICA – 25 anos (1972 – 1997) – Histórico. Manaus: Rede Amazônica de Rádio e Televisão, 1997 (mimeo).
- REDE GLOBO fortalece interior. *Meio e Mensagem*, nº829, p.16, 12 de outubro de 1998.
- TELEVISÃO – década de 70, *Mercado Global*, ano 4, nº 37,38, p. 3 – 13, nov. – dez. 77.
- VAZ, Florêncio Almeida. Ribeirinhos da Amazônia: identidade e magia na floresta. *Cultura Vozes*, nº 2, p.47 – 65, março-abril, 1996.
- ENTREVISTAS**
- ALENCAR, Rui Souto de. *A mídia na década de 70 no Amazonas*. Manaus, 12 abr.1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- CORDEIRO, Milton. *Rede Amazônica - 25 anos (1972 - 1997): Histórico e tendências*. Manaus, 12 nov. 1997. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- _____. *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*. Manaus, 5 abr. 1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- DAOU, Aluísio. *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*. Manaus, 20 mai.1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- DAOU, Phelippe. *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*. Manaus, 13 fev.1998. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- _____. *Rede Amazônica de Rádio e Televisão*. Manaus, 23 jun.1996. Entrevista concedida a Roseane Arcanjo Pinheiro.
- DAOU JÚNIOR, Nivelte. *O desenvolvimento tecnológico da Rede Amazônica*. Manaus, 5 de abril de 1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- _____. *Rede Amazônica - 25 anos (1972 - 1997): Histórico e tendências*. Manaus, 12 nov. 1997. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- MARGARIDO, Joaquim. *O grupo Rede Amazônica*. Manaus, 13 mai.1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- PARAISO, Fernando. *Central Globo de Afiliadas e Expansão*. São Paulo, 22 out.1999. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.
- SILVA, Etelvina D. N. da, COSTA, Renzzo Luiz de C. *Fundação Rede Amazônica de Rádio e Televisão*. Manaus, 05 fev.1998. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira.